



## **Prospek Pariwisata Syariah (*Halal Tourism*): Sebuah Tantangan di Era Revolusi Industri 4.0**

Kurnia Maulidi Noviantoro<sup>1</sup>, Achmad Zurohman<sup>2</sup>

### **Abstrak**

*Tujuan penelitian ini adalah menganalisa dan membuka pemahaman seputar diskursus Halal Tourism serta menakar peluang atau prospek pariwisata syariah di era revolusi industri 4.0. Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan. Pendekatan dilakukan dengan analisis Content. Tahapan penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data dari berbagai literatur, dianalisis, dinilai, kemudian ditarik kesimpulan. Temuan penelitian yaitu pariwisata syari'ah (halal tourism) di Indonesia memiliki prospek yang baik sebagai bagian dari industri pariwisata nasional dalam menghadapi tantangan di era industri 4.0. Hal ini karena sebagai negara dengan jumlah muslim terbesar di dunia, kondisi geografis yang sangat strategis, serta biodiversitas yang tinggi menjadikan Indonesia memiliki potensi yang besar sebagai negara tujuan wisata. Selain itu, pariwisata syari'ah (halal tourism) juga memiliki kontribusi dalam peningkatan pendapatan pemerintah, masyarakat, serta berdampak baik bagi lingkungan sekitar.*

**Kata Kunci :** Prospek; Pariwisata Syariah; Revolusi Industri 4.0.

### **Abstract**

*The purpose of this research is to analyze and open up an understanding of the Halal Tourism discourse and measure the opportunities or prospects for Halal tourism in the era of the 4.0 industrial revolution. This research uses literature study method. The approach is carried out with Content analysis. The stages of this research were carried out by collecting data from various literatures, analyzing, assessing, then drawing conclusions. The research findings show that halal tourism in Indonesia has good prospects as part of the national tourism industry in facing challenges in the industrial era 4.0. This is because as a country with the largest number of Muslims in the world, the strategic geographical conditions, as well*

---

<sup>1</sup>Universitas Islam Zainul Hasan Genggong Probolinggo

<sup>2</sup>Universitas Islam Zainul Hasan Genggong Probolinggo

<sup>1</sup>maulana.novianto@gmail.com; <sup>2</sup>dzurohman50@gmail.com



*as high biodiversity make Indonesia has great potential as a tourist destination. In addition, halal tourism also has a contribution to increase government and community income, and has a good impact on the surrounding environment.*

**Keywords:** Prospects; Halal Tourism; The Industrial Revolution 4.0.

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan industri jasa yang cukup menjanjikan. Dalam perkembangannya, industri pariwisata menjadi primadona tersendiri bagi daerah, nasional, maupun tatanan perekonomian global. Data kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif tahun 2014 memaparkan bahwa Industri Pariwisata mengalami lonjakan signifikan kontribusinya terhadap perekonomian nasional. Keseluruhan ekspor barang dan jasa Indonesia mengalami kenaikan, yang semula 10% meningkat 17% dan menjadi pendonor terbesar sehingga melesat pada peringkat 4 dengan meraih devisa sebesar 10 miliar USD. Hal ini secara langsung memberikan efek terhadap PDB hingga 3,8% dengan kalkulasi penggandaannya mencapai sekitar 9%. Sector ini mengalami peningkatan dalam hal penciptaan lapangan kerja. Total serapan tenaga kerjanya mencapai 10,18 juta orang atau 8,9% dari seluruh jumlah pekerja (Suherlan, 2015). Berdasar data GMTI 2019, jumlah wisatawan muslim dunia diprediksi akan mencapai angka 230 juta pada tahun 2030. Senada dengan hal tersebut, tahun 2018 pariwisata halal di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan yakni mencapai 18%. Oleh karena itu, dengan asumsi Indonesia merupakan pangsa pasar yang besar untuk wisatawan muslim(wislim) dunia, Kementerian Pariwisata menargetkan 25% atau setara 5 juta dari angka capaian tahun 2019 kunjungan wisatawan mancanegara ([www.kemenparekraf.go.id](http://www.kemenparekraf.go.id), 2019).

Sektor pariwisata memiliki peran penting bagi pembangunan ekonomi negara-negara di dunia. Pesatnya perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan, semakin memacu persaingan industri pariwisata. Tuntutan kesejahteraan dalam hal ini kebutuhan manusia yang semakin lama akan kian meningkat. Salah satu kebutuhan tersebut adalah berwisata, meskipun dalam banyak kasus berwisata ditengarai merupakan gaya hidup. Namun tak dapat dipungkiri, manusia modern telah menganggap berwisata adalah bagian dari kebutuhan hidup yang harus terpenuhi dalam satu waktu tertentu (Pratiwi, 2016). Maka, menjadi salah



satu alternatif untuk pengembangan sektor industri pariwisata. Oleh karenanya mobilitas manusia dalam rangka berwisata ke suatu tempat berpengaruh terhadap mata rantai perekonomian. Kontribusi tersebut kian nyata tidak hanya pada tingkat internasional, bahkan hingga tingkatan nasional dan lokal.

Secara sederhana pariwisata dapat dimaknai sebagai aktivitas perjalanan ke suatu tempat dalam periode dan untuk tujuan tertentu baik oleh perorangan maupun secara berkelompok. Dalam kamus bahasa Indonesia wisata adalah kegiatan perjalanan secara bersama-sama yang bertujuan untuk menghibur diri, melepas penat, penyegaran kembali (*refreshing*), menambah wawasan, piknik, dan lain-lain. Sementara Koen Meyers mengatakan pariwisata merupakan kegiatan perjalanan seseorang untuk mendapatkan kenyamanan, kenikmatan, kepuasan, mendapatkan sesuatu, menambah kesehatan, berolahraga, hingga ketenangan batin, dan lain-lain (Meyers, 2017). Kane juga menambahkan pariwisata adalah aktivitas sementara waktu perjalanan manusia yang dilakukan dengan perencanaan matang untuk mengunjungi tempat-tempat tertentu dengan tujuan hanya untuk berlibur atau bersenang-senang (Kane & Tucker, 2004).

Bentuk-bentuk wisata sangat beragam, diantaranya yaitu wisata panorama (alam), wisata kebudayaan, wisata pendidikan (*edu-tourism*) dan sebagainya (Akib, 2020). Wisata alam merupakan destinasi yang sangat erat dengan alam sebagai pangsa utama yang ditawarkan kepada para wisatawan. Misalnya dengan keindahannya, keunikannya, atau bahkan kebersihannya. Sedangkan wisata budaya yang ditawarkan adalah identik dengan sesuatu yang berkaitan dengan aktivitas atau pun peninggalan manusia di suatu tempat tertentu. Biasanya yang berkaitan dengan adat istiadat, tradisi, pola hidup, situs sejarah, komunikasi sosial dan lain sebagainya. Berbeda dengan keduanya, wisata pendidikan merupakan alternatif destinasi wisata yang memiliki multi peran dimana tidak hanya memberikan hiburan tapi juga memberikan informasi, pemahaman, serta ajaran kepada pengunjungnya.

Seiring perkembangan model industri pariwisata, belakangan ini sudah banyak bermunculan model-model wisata baru yang saling menjual komoditasnya agar laku di pasaran sebagai destinasi wisata unggulan. Contohnya seperti wisata kuliner yang menjajakan jenis makanan khas daerah tertentu sebagai *icon*, jenis wisata alam desa konsep lama dengan muka baru misal dengan perpaduan

*Edu-Tourism*, atau jenis wisata religi dengan konsep paket wisata kunjungan makam tokoh-tokoh agama yang sangat berkembang pesat di sebagian besar masyarakat pulau jawa. Diantara banyak jenis konsep pariwisata tersebut, satu hal yang juga trend dan sempat menjadi polemik terkait pola pengembangan wisata nasional, yakni konsep pariwisata syariah (*Halal Tourism*).

Asal mula konsep pariwisata syariah berawal saat disebutnya wisata ziarah dan religi (*pilgrims tourism/spiritual tourism*) dalam penyelenggaraan konferensi Organisasi Pariwisata Dunia di Cordoba, Spanyol pada tahun 1967. Konferensi tersebut bertajuk, "*Tourism and Religions: A Contribution to the Dialogue of Cultures, Religions and Civilizations*" (UNWTO, 2011 dalam Rusby, Bakhri, & Yusuf (2018). Sementara itu, kementerian Pariwisata memproyeksikan beberapa daerah yang berpotensi mempunyai peluang dalam pengembangan wisata syariah dan dapat dijadikan prototipe awal pengembangan wisata syariah nasional. Daerah-daerah tersebut diantaranya meliputi Propinsi Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, Jakarta, Jawa barat, Jawa Timur, Makassar, dan Lombok (Sucipto & Andayani, 2014). Daerah tersebut dipilih karena mengingat keberadaan *social-culture* yang dimiliki berkaitan erat dengan nilai-nilai Islam serta terdukung juga dengan keindahan alamnya.

Secara global, Indonesia merupakan negara dengan jumlah muslim terbanyak di dunia. Dari total keseluruhan, 87, 18% penduduk Indonesia beragama Islam. Atau dalam konteks global, penduduk muslim Indonesia sebanyak 12,9% dari total muslim di dunia. Dengan kata lain jumlah penduduk muslim di Indonesia merupakan yang paling tinggi diantara negara-negara di dunia yang mencapai sekitar 207 juta orang. Selain itu Indonesia juga menjadi jujukan banyak wisatawan muslim dari segala penjuru dunia. Saat ini, pelancong dengan identitas wisatawan muslim telah meningkat secara signifikan. Berdasarkan data tahun 2011 tercatat jumlah wisatawan muslim yang masuk ke Indonesia sebanyak 126 juta, dan diprediksi tahun 2020 wislim akan meningkat hingga 192 juta (Pratiwi, 2016).

Data Badan Pusat Statistik(BPS) pada tahun 2019 periode Januari-September memaparkan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara tercatat sebesar 12,27 juta. Catatan tersebut hanya sekitar 68% dari target yang ditentukan oleh pemerintah sebesar 18 juta kunjungan (Sulmaihati, 2019). Pada periode



sebelumnya Kemenparekraf menyatakan bahwa keseluruhan wisatawan muslim mancanegara yang masuk ke Indonesia tercatat 1.434.041 orang atau 18,24% dari jumlah total sebanyak 8.044.462 wisatawan. Dalam data tersebut wisatawan muslim terbanyak yang mengunjungi Indonesia yakni berasal dari Malaysia, Singapura, Saudi Arabia, India, serta Australia (Pratiwi, 2016).

Di masa mendatang, pengembangan pariwisata syariah (*Halal Tourism*) bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi investor. Untuk menerapkan syariah Islam dalam segala aktivitas sangatlah sederhana. Apalagi aktivitas tersebut sudah menyatu dengan kebiasaan sebagian besar masyarakat Indonesia. Di sisi lain, keadaan ini juga akan menjadi potensi yang strategis bagi para pengusaha barang dan jasa untuk mengembangkan usahanya dengan landasan syariah islam, yang didukung pula oleh potensi keindahan alam serta kebudayaan yang kita miliki.

Oleh karena itu tujuan dari penulisan ini adalah untuk menganalisa dan membuka pemahaman seputar diskursus *Halal Tourism* serta menakar peluang atau prospek yang potensial dari pariwisata syariah baik di masa saat ini maupun di masa mendatang terutama di era disrupsi ataupun era digital seperti saat ini. Pada akhirnya temuan-temuan yang didapat pada tulisan ini diharapkan bermanfaat bagi seluruh kalangan. Terlebih pada *stake holder* yang berperan di sektor pariwisata, baik bagi pemerintah, swasta, dan masyarakat luas secara umum.

## KAJIAN LITERATUR

### Industri Pariwisata dan Kepariwisataan

Secara harfiah pariwisata berasal dari bahasa sansekerta yang terdiri dari dua suku kata. Kata pertama adalah “pari” yang bermakna berkeliling. Sedangkan kata kedua yakni “wisata” yang memiliki makna perjalanan (Yoety, 2008). Definisi pariwisata sangat beragam dan bermacam-macam. Maknanya tergantung pada latar belakang atau perspektif keilmuan pencetusnya. Pada hakekatnya pariwisata adalah kegiatan atau aktivitas yang dilakukan seseorang secara individu atau berkelompok dalam rangka penyegaran kembali pikiran yang jenuh atau dapat pula dengan tujuan mencari kesenangan atau kenikmatan.

Dalam konteks bernegara, di Indonesia definisi pariwisata tertuang pada Undang-undang No.10 tahun 2009 tentang kepariwisataan. Undang-undang tersebut menyebutkan bahwa Pariwisata adalah segala macam aktivitas wisata dan didukung fasilitas, sarana, serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha. Aturan tersebut menyiratkan bahwa wisata termasuk bagian dari industri. Maka, dalam makna yang lain pariwisata sebagai industri merupakan segala bentuk usaha pariwisata yang berkaitan dalam menghasilkan barang dan/atau jasa untuk kebutuhan wisatawan.

Sementara itu, definisi kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan pariwisata serta dampak yang ditimbulkan. Misalnya adanya interaksi antara pelaku perjalanan wisata dengan obyek wisata yang sedang dikunjungi. Hal itu terjadi bisa disebabkan oleh banyak faktor yang berkaitan dengan fasilitas penunjang wisata, sarana atau infrastruktur yang tersedia, serta *attensi* atau kepedulian masyarakat sekitar terhadap objek wisata. Dengan kata lain kepariwisataan merupakan suatu fenomena yang terjadi akibat adanya mobilitas manusia dari rumahnya untuk berlibur (berniat melakukan liburan) ke tempat lain sampai ia kembali lagi ke rumah. Fenomena tersebut membentuk sistem yang kompleks yang di dalamnya terdapat komponen rangkaian yang berkaitan misalnya terkait tempat tinggal, rencana perjalanan, tujuan wisata, sarana, hingga kemudian disebut sistem kepariwisataan (*tourism system*) (Hidayah, 2019).

### **Era Revolusi Industri 4.0**

Sebagian besar kehidupan modern saat ini tidak terlepas dari Revolusi Industri 4.0. Secara massif revolusi industri 4.0 sudah menyusupi kehidupan umat manusia global di berbagai sektor. Tidak terkecuali sektor pariwisata yang sangat erat sekali dengan perekonomian. Sejak beberapa dekade sebelumnya dunia pariwisata telah sangat terbantu dengan berkembangnya teknologi. Mulai dari adanya media cetak hingga berkembangnya media elektronik sebelum era digital, pelaku dan stake holder pariwisata telah dengan mudah menancapkan/mempromosikan asetnya melalui media-media tersebut. Kini melalui revolusi industri 4.0, memaksa seluruh pelaku ekonomi di berbagai



bidang untuk masuk pada era disrupsi, termasuk pelaku industri pariwisata. Dengan kemajuan pesat di bidang teknologi, seakan menambah dukungan masa transisi revolusi kepada era disrupsi yang secara mendasar akan menggeser pola hidup, pola kerja, serta pola relasi antar manusia.

Kemajuan teknologi merubah segalanya di semua lini kehidupan. Kompleksitas revolusi industri 4.0 mewadahi itu semua. Melalui skala dan ruang lingkup yang luas, revolusi industri generasi ke-4 ini semakin mendukung kecanggihan teknologi (Akib, 2020). Integrasi dunia digital membuat jarak fisik seakan-akan menjadi kurang berarti. Pada era ini seluruh disiplin ilmu juga dipengaruhi agar terbawa arus pada disrupsi revolusi industri 4.0. Beberapa bidang yang berimplikasi terhadap kemajuan teknologi baru antara lain yaitu (1) teknologi robotika, (2) teknologi nano, (3) bioteknologi, (4) komputer kuantum, (5) blockchain, (6) teknologi berbasis internet, dan (7) printer 3D. Di antara banyak sektor yang terdampak dengan keberadaan Revolusi Industri 4.0 salah satunya yakni pariwisata, dimana kecenderungannya sangat massif bergerak ke arah teknologi berbasis internet (Agus & Ridwan, 2019).

### **Konsep Pariwisata Syariah**

Konsep pariwisata syariah adalah suatu proses implementasi nilai Islam ke dalam aktivitas wisata. Konsep dasar pariwisata syariah adalah pemaknaan terhadap segala aktivitas pariwisata yang meliputi sarana penginapan, transportasi, makanan dan minuman, sistem keuangan, hingga fasilitas dan penyedia jasa yang baik serta bijaksana (Priyadi, 2016). Prinsip-prinsip pengembangan wisata berbasis syariah diantaranya mencakup:

- a. Pengembangan fasilitas wisata syariah lebih utama berada dekat lokasi wisata (jika bisa di dalam area tempat wisata).
- b. Fasilitas dan pelayanan berbasis syariah dimiliki dan dilakukan oleh masyarakat sekitar area wisata.
- c. Pengembangan wisata syariah harus sesuai dengan nilai-nilai luhur serta kearifan lokal budaya setempat yang masih eksis dan berlaku.

Pariwisata syariah lebih luas dari wisata religi. *Spiritual Tourism* atau wisata religi adalah wisata yang didasarkan pada simbol-simbol aktivitas seseorang

yang beragama Islam. Seperti yang dikampanyekan oleh World Tourism Organization (WTO), konsumen wisata syariah tidak hanya khusus muslim, akan tetapi seluruh wisatawan bahkan non muslim sekalipun yang ingin menikmati kearifan lokal (Jaelani, 2017).

Perbedaan antara wisata konvensional, wisata religi, dan wisata syariah atau wisata halal dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1.**  
**Perbedaan Wisata Konvensional, Wisata Religi, dan Wisata Syariah**

No	Aspek	Wisata Konvensional	Wisata Religi	<i>Halal Tourism</i>
1.	Obyek	Alam, budaya, Heritage, Kuliner	Tempat Ibadah, Peninggalan Sejarah	Semuanya
2.	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan Spritualitas, Mempertebal iman dan keyakinan	Meningkatkan spritualitas dengan cara menghibur serta melebur dengan hikmah keseimbangan jasmani dan rohani
3.	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-mata untuk hiburan	Aspek spiritual yang bisa menenangkan jiwa guna mencari ketenangan batin	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama serta orientasinya berwawasan lingkungan dan berkelanjutan
4.	Guide	Memahami dan Menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan terhadap obyek wisata	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi obyek wisata	Membuat turis tertarik pada obyek sekaligus membangkitkan spirit religi wisatawan. Mampu menjelaskan fungsi dan peran syariah dalam bentuk kebahagiaan dan kepuasan batin dalam kehidupan manusia.





5.	Fasilitas Ibadah	Sekedar pelengkap	Bagian sekunder (bukan utama) di area wisata kecuali wisata tempat ibadah	Menjadi bagian yang menyatu dengan obyek pariwisata, ritual ibadah menjadi bagian paket tak terpisahkan
6.	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik yang halal
7.	Relasi Masyarakat dan Lingkungan	Obyek Wisata Komplementar dan hanya untuk keuntungan materi	Komplementar dan hanya untuk keuntungan materi, biasanya juga untuk biaya renovasi/ pemugaran	Integrated, interaksi berdasar pada prinsip syariah
8.	Agenda Perjalanan	Setiap waktu	Waktu-waktu tertentu	Memperhatikan waktu

Sumber: Ngatawi al-Zaztrow dalam Andriani, (2015)

### Pariwisata Halal

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia tersirat bahwa pariwisata bermakna sebagai segala aktivitas seseorang yang berkaitan dengan rekreasi, pelancongan, dengan tujuan menyegarkan kembali pikiran yang penat. Sedangkan menurut Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 terkait Kepariwisata, wisata adalah kegiatan seseorang baik individu ataupun kelompok yang melakukan kunjungan pada suatu tempat dan waktu tertentu serta bertujuan untuk berlibur, mempelajari keunikan daya tariknya, menambah wawasan, dan lain-lain (Battour & Ismail, 2016). Pariwisata adalah segala bentuk aktivitas wisata dengan dukungan fasilitas, sarana, serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha (Permadi, Darwini, Retnowati, Negara, & Septiani, 2018).

Pemaknaan *pariwisata halal* sangat mungkin berbeda bagi masing-masing individu. Bisa jadi orang akan berpikir wisata yang berkaitan dengan makanan halal di suatu area wisata, atau juga ada yang mengartikan sebagai wisata yang harus disertifikasi halal karena bertentangan dengan syariat Islam. Apapun itu dalam konteks "*tourism*", kata "wisata" sangat identik dengan liburan atau berlibur, refreshing, dan rekreasi. Sedangkan kata "halal" merupakan istilah yang berhubungan erat dengan justifikasi terhadap hukum dalam syariat Islam. Wisata halal bermakna industri pariwisata yang diselenggarakan atas dasar ketentuan syariat Islam dan diperuntukkan bagi seluruh pengunjung atau wisatawan. Dengan kata lain secara legal pemerintah melarang seluruh stake holder yang berkaitan dengan pariwisata melakukan aktivitas bertentangan dengan norma syariat Islam. Misalnya menyediakan fasilitas yang bebas tanpa aturan contoh: diberi pembatas terpisah antara laki-laki atau perempuan yang non-muhrim serta menyuguhkan minuman yang mengandung alkohol atau minuman haram dalam konteks syariat Islam.

Seiring perkembangan teknologi, pariwisata halal telah menjadi *trend* dan berkembang sangat cepat di berbagai penjuru dunia. Istilah wisata halal dalam literatur disamakan dengan beberapa istilah seperti *syari'ah tourism*, *Islamic tourism*, *halal friendly tourism destination*, *halal travel*, *halal lifestyle*, *friendly travel destinations*. Dalam perspektif industri, Andriani mengemukakan cara baru dalam mengembangkan pariwisata Indonesia yang mana dapat menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islami tanpa menghilangkan keunikan dan orisinalitas daerah, yaitu melalui pariwisata halal menjadikan alternatif produk pelengkap dan tidak menghilangkan jenis pariwisata konvensional (Andriani, 2015).

Pariwisata halal bukan hanya sekedar wisata religi seperti umroh dan menunaikan ibadah haji. Pariwisata halal merupakan jasa wisata yang menyediakan segala bentuk liburan, dengan menyesuaikan gaya, kebutuhan dan permintaan pasar terutama pelancong muslim. Namun, terkait hal ini tidak menutup kemungkinan akan berdampak pada seluruh pengunjung secara universal, karena pada intinya visi dari pariwisata halal yakni demi kenyamanan bersama seluruh pelancong.

Kementerian Pariwisata-Ekonomi Kreatif dan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia menetapkan standar kriteria pariwisata syariah (Sofyan, 2012), sebagai berikut:



- a. Bertujuan untuk kesejahteraan sosial.
- b. Bertujuan pada penyegaran, pendidikan, dan kedamaian.
- c. Menjauhkan dari khurofat dan kemusyrikan.
- d. Menjauhkan dari perbuatan buruk, seperti zina, pornoaksi, pornografi, minuman keras, narkoba dan judi.
- e. Memperhatikan perilaku, etika dan nilai luhur kemanusiaan, seperti tidak bersikap acuh dan amoral.
- f. Memperhatikan keamanan, terpercaya, dan ketentraman.
- g. Berkarakter inklusif serta universal.
- h. Memperhatikan konservasi lingkungan.
- i. Meluhurkan nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.

Konsep wisata syariah dalam prakteknya memilih destinasi wisata yang menjunjung tinggi kaidah syariah Islam dan ini menjadi pertimbangan utama (Sofyan, 2012). Setiap destinasi wisata yang akan menjadi tujuan harus sesuai dengan kaidah-kaidah keislaman. Misalnya terdapat fasilitas untuk beribadah yang memadai berupa tersedianya sajadah, mukena dan sarung dengan kondisi kebersihan yang terjaga dan mencukupi kebutuhan. Beberapa aspek lainnya yang mendukung seperti; masjid ramah terhadap perempuan dan anak. Dalam rangka memenuhi kebutuhan muslim perempuan, masjid didesain dengan lebih banyak ruang bagi perempuan. Serta kondisi masyarakat yang saling melengkapi guna terwujudnya destinasi wisata halal yang sesuai dengan prinsip syariah.

Beberapa obyek dalam pariwisata halal dapat berupa: kunjungan wisata alam, wisata budaya, wisata religi, wisata suka alam (taman nasional), ekopariwisata dan wisata buatan yang diinterpretasikan sesuai dengan kaidah-kaidah Islam. Destinasi wisata syariah sebenarnya tidak dapat digolongkan secara spesifik, akan tetapi untuk memenuhi standar menuju pariwisata yang syariah setidaknya terdapat fasilitas yang menunjang kebutuhan wisatawan muslim seperti: menyediakan makanan halal, tempat shalat (mushola), toilet atau kamar mandi untuk berwudhu, arah kiblat di kamar hotel, informasi waktu sholat, pelayanan saat bulan ramadan, pencantuman label halal dan tidak halal untuk mengetahui produk yang bisa dikonsumsi oleh muslim, serta tempat rekreasi yang memisahkan antara pria dan wanita. Bisa juga ditambahkan interpretasi objek wisata yang dimasukkan unsur nilai-nilai islam sebagai pengingat dan renungan bagi wisatawan muslim.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian studi kepustakaan. Studi kepustakaan adalah penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, membaca, dan menganalisis sumber-sumber bacaan yang berhubungan dengan permasalahan objek kajian penelitian. Adapun sumber bacaan yang dapat dijadikan bahan telaah analisis dapat berupa buku, literatur, internet, karya ilmiah, catatan, atau pun laporan-laporan yang masih berhubungan dengan topik masalah (Nazir dalam Noviantoro, 2020). Topik masalahnya adalah prospek dan peluang wisata syariah pada era Revolusi Industri 4.0. metode analisis data kualitatif digunakan dalam penelitian ini sehingga dapat menghasilkan data deskriptif berupa tulisan. Data dianalisis dengan analisis *content* dan deskripsi isi. Analisis *content* adalah cara untuk mempelajari dan memahami makna sumber-sumber yang memiliki korelasi dengan penilaian. Sedangkan deskripsi adalah cara untuk memberikan penjelasan data.

## PEMBAHASAN

### Perkembangan Industri Pariwisata Syariah (*Halal Tourism*)

Sejak enam tahun yang lalu tepatnya pada tahun 2012, Kementerian Pariwisata sudah memulai mengerjakan program pengembangan pariwisata halal Indonesia, yang mana program tersebut merupakan salah satu program prioritas dari Kementerian Pariwisata.

Maraknya wisatawan muslim yang berkunjung ke Indonesia, Kementerian Pariwisata langsung merespon peluang tersebut dan ditindaklanjuti melalui pengembangan 10 Destinasi Halal Prioritas Nasional di tahun 2018 yang mengacu standar GMTI, diantaranya yaitu; Provinsi Aceh, Riau dan Kepulauan Riau, Sumatera Barat, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur (Malang Raya), Kota Lombok, dan Provinsi Sulawesi Selatan (Makassar dan sekitarnya). Dan di tahun 2019, menambah keikutsertaan 6 Kabupaten dan Kota yang terdapat di dalam wilayah 10 Destinasi Halal Prioritas Nasional, yaitu Kota Tanjung Pinang, Kota Pekanbaru, Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, dan Kabupaten Cianjur dengan tujuan penguatan destinasi pariwisata halal di Indonesia ([www.kemenparekraf.go.id](http://www.kemenparekraf.go.id), 2019).



Wujud upaya pemerintah dalam meningkatkan wisata halal (*halal tourism*), Kementerian Pariwisata Indonesia melakukan sinergi dengan banyak pihak, diantaranya adalah membuat Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tentang standar pariwisata syariah. Kementerian Pariwisata melakukan kerjasama dengan Dewan Syariah Nasional (DSN), Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Lembaga Sertifikasi Usaha (LSU). Mereka bekerja sama untuk mengembangkan potensi dan standar pariwisata yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islami (Jaelani, 2017). Selain itu, Guna mendorong percepatan pengembangan destinasi pariwisata halal nasional berstandar global, Kementerian Pariwisata menyelenggarakan Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) pada tahun 2018 dan 2019. Ditambah Kementerian Pariwisata juga telah rutin melakukan bimbingan teknis (bimtek), serta workshop di 10 destinasi pariwisata halal unggulan.

Akhirnya pada tahun 2019, Indonesia menorehkan prestasi di level internasional dengan meraih peringkat pertama sebagai destinasi wisata halal dunia versi GMTI (Global Muslim Travel Index) 2019, yang diumumkan langsung oleh Crescent Rating-Mastercard ([www.kemenparekraf.go.id](http://www.kemenparekraf.go.id), 2019). Penilaian IMTI dilakukan oleh Crescent Rating-Mastercard yang bekerjasama dengan Indonesia melalui empat indikator utama yang telah ditetapkan oleh GMTI yakni: *accessibility* (aksesibilitas), *communication* (komunikasi), *environment* (lingkungan) dan *service* (layanan). Hasil penilaian dari empat aspek utama tersebut secara otomatis menentukan top 5 destinasi wisata halal prioritas Indonesia. Dapat dilihat bahwa pariwisata halal di Indonesia memiliki prospek ekonomi yang baik sebagai bagian dari industri pariwisata nasional. Industri wisata ini bertujuan bukan hanya memberikan aspek material, spiritual dan psikologis bagi wisatawan itu sendiri, melainkan juga memiliki kontribusi dalam peningkatan pendapatan pemerintah.

### **Prospek Pariwisata Syariah**

Seiring maraknya tren wisata halal yang mana telah menjadi bagian dari industri ekonomi Islam global, pengembangan wisata halal dapat menjadi alternatif bagi industri wisata di Indonesia. Hal tersebut tidak menjadi masalah dikarenakan Indonesia sebagaimana negara dengan jumlah penduduk mayoritas



beragama Islam (muslim). Sehingga, Indonesia juga dijuluki sebagai salah satu Negara muslim di dunia. Tercatat sejumlah 87,18% dari total penduduk Indonesia beragama Islam dan terhitung 12,9% dari total muslim di dunia, mencapai 207 juta orang jumlah muslim di Indonesia. Itu artinya Indonesia merupakan negara dengan jumlah muslim yang tertinggi dari negara-negara di dunia.

Selain itu, Indonesia juga menjadi jujukan banyak wisatawan muslim dari segala penjuru dunia. Sejak tahun 2011 wisatawan muslim jumlahnya selalu meningkat dari 126 juta dan diperkirakan pada tahun 2020 dapat mencapai 192 juta wisatawan muslim, berdasarkan data tersebut wisatawan muslim meningkat secara cepat dibandingkan dengan tingkat global (Pratiwi, 2016). Kementerian Pariwisata memprediksikan pada tahun 2020 mencapai 25% atau setara 5 juta dari 20 juta wisman adalah wisatawan muslim, hal ini mengacu pada target capaian 20 juta kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) yang telah diraih di tahun 2019. Serta sebelumnya terlihat di tahun 2018 pertumbuhan pasar pariwisata halal Indonesia mencapai 18% atau 2,8 juta wisatawan muslim dengan devisa mencapai lebih dari Rp 40 triliun, di mana jumlah tersebut terdiri dari wisatawan muslim (wislim) mancanegara yang berkunjung ke destinasi wisata halal prioritas Indonesia. Ditambahkan dengan data GMTI 2019 jumlah wisatawan muslim (wislim) diproyeksikan akan menembus angka 230 juta di seluruh dunia hingga tahun 2030. ([www.kemenparekraf.go.id](http://www.kemenparekraf.go.id), 2019).

Potensi ini dapat dimanfaatkan oleh negara Indonesai agar selalu berusaha dalam meningkatkan serta mengembangkan pariwisata halal (*halal tourism*). Semangat Kementerian Pariwisata dalam memanfaatkan keadaan geostrategis Indonesia juga dapat menjadi pendukung untuk perkembangan pariwisata syari'ah Indonesia yang mana terdapat sekitar 13.677 pulau, 1.340 suku bangsa, 652 bahasa daerah yang berbeda dengan luas wilayah 1.906.240 km<sup>2</sup> terbentang dari sabang sampai merauke. Sehingga, Indonesia memiliki nilai *plus* untuk dijadikan sebagai negara tujuan wisata.

#### **Peluang Pariwisata Syariah dan Revolusi Industri 4.0**

Era disrupsi atau sekarang lebih dikenal dengan revolusi industri 4.0. semakin mempermudah wisatawan muslim terutama Generasi Millennial. Sebagaimana, penduduk dunia digital yang setiap waktunya selalu eksis di



internet, mereka selalu mengekspos berbagai kegiatan serta pengalamannya secara transparan di situs media sosial. Wisatawan muslim Millennial saat ingin melakukan perjalanan sangatlah selektif, baik ketika saat memilih jadwal perjalanan. Dimana, mereka akan mencari akses pendidikan dan informasi hingga melakukan perbandingan komprehensif. Dalam mencapai target program prioritas Kementerian Pariwisata, wisatawan mancanegara diharapkan dapat melakukan 320 juta perjalanan internasional setiap tahunnya, sebagaimana dapat mengulangi pencapaian bahkan melampaui hingga 47% atau setara dengan 217 juta orang kunjungan destinasi wisata syari'ah pada tahun 2013 (Subarkah, 2018).

Dengan hadirnya Era disrupsi, harapan ke depan akan semakin banyak inovasi dan kreasi-kreasi yang dikembangkan untuk kemajuan pariwisata syariah di tataran global. Salah satu metode yang dapat dilakukan yakni menggunakan analisis SWOT. Terdapat empat faktor untuk mengetahui kondisi internal maupun eksternal suatu organisasi, diantaranya adalah faktor kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan tantangan (*Threats*), kemudian dapat digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja organisasi atau perusahaan. Senada dengan apa yang dikatakan Kotler (dalam Rimet, 2019) dalam mencapai cita-cita atau tujuan suatu organisasi diperlukan strategi untuk mengamati lingkungan pemasaran baik internal maupun eksternal yaitu dengan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Threats*).

#### 1. Kekuatan (*Strenght*)

Indonesia sebagaimana negara dengan jumlah penduduk mayoritas beragama Islam (muslim). Sehingga, Indonesia juga dijuluki sebagai salah satu Negara muslim di dunia. Tercatat sejumlah 87,18% dari total penduduk Indonesia beragama Islam dan terhitung 12,9% dari total muslim di dunia, mencapai 207 juta orang jumlah muslim di Indonesia. Itu artinya Indonesia merupakan negara dengan jumlah muslim yang tertinggi dari negara-negara di dunia. Selain itu, Indonesia juga menjadi jujukan banyak wisatawan muslim dari segala penjuru dunia ditambah Semangat Kementrian Pariwisata dalam memanfaatkan keadaan geostrategis Indonesia juga dapat menjadi pendukung untuk perkembangan pariwisata syari'ah Indonesia yang mana terdapat



sekitar 13.677 pulau, 1.340 suku bangsa, 652 bahasa daerah yang berbeda dengan luas wilayah 1.906.240 km<sup>2</sup> terbentang dari sabang sampai merauke. Sehingga, Indonesia memiliki nilai lebih (*plus*) untuk dijadikan sebagai negara tujuan wisata. Potensi ini dapat dimanfaatkan dan menjadi kekuatan bagi Kementerian Pariwisata Indonesia untuk terus berusaha mengembangkan destinasi pariwisata syariah (*halal tourism*). Ditambah adanya dukungan pemerintah yang mana pengembangan pariwisata halal Indonesia menjadi salah satu program prioritas Kementerian Pariwisata.

## 2. Kelemahan (*Weakness*)

Berbagai macam kelemahan wisata halal Indonesia agar dapat dipertimbangkan oleh Kementerian Pariwisata diantaranya adalah persepsi masyarakat Indonesia yang masih minim dan tabu terkait pengetahuan tentang wisata syariah (*halal tourism*). Jadi, mayoritas masyarakat belum dapat membedakan antara wisata syariah dengan wisata religi. Dimana, perlu difahami bahwa wisata religi misalnya ziarah ke makam para nabi dan umroh. Berbeda dengan wisata syariah tidak hanya mengedepankan obyek tujuan wisatawan saja, tetapi tempat wisata syariah tersebut harus dibuat standarisasinya sesuai dengan kaidah Islam. Berikutnya adalah minimnya riset dari para ilmuwan secara komprehensif hingga menghasilkan pemetaan masalah serta strategi konkret dalam mengembangkan dan mempromosikan destinasi wisata syariah di Indonesia. Hal ini akhirnya membuat para pelaku usaha wisata syariah jalan sendiri tanpa adanya kesamaan strategi. Jeti Rosila Hadi menegaskan bahwa wisata halal di Indonesia belum mengalami kemajuan dikarenakan kurangnya kerjasama antara ilmuwan sebagai pemeta masalah dan membuat strategi konkret dengan pemerintah dalam mengembangkan dan mempromosikan destinasi wisata halal di Indonesia. Selain itu, hal lain yang perlu diperhatikan adalah peraturan pemerintah di Indonesia, indikator untuk wisata syariah yang lebih ideal adalah diperlukannya pakaian syar'i ketika berwisata termasuk di pantai, dan lebih konkrit lagi, Gabdrakhmanov et al (Faza, 2019) menyebutkan bahwa *halal resorts* memisahkan pantai





berdasarkan gender. Terkait hal tersebut beresiko terhadap menurunnya jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia, sehingga peraturan mengenai berpakaian belum bisa diterapkan untuk semua pantai menurut pernyataan Esthy Reko Astuty selaku Deputi Pemasaran Pariwisata Nusantara Kementerian Pariwisata(Kemenpar).

### 3. Peluang (*Opportunities*)

Berbagai macam peluang yang telah dimiliki oleh Negara Indonesia adalah bahwa Indonesia sudah menjadi negara tujuan banyak wisatawan muslim dari segala penjuru dunia. Sejak tahun 2011 wisatawan muslim jumlahnya selalu meningkat dari 126 juta dan diperkirakan pada tahun 2020 dapat mencapai 192 juta wisatawan muslim, berdasarkan data tersebut wisatawan muslim meningkat secara cepat dibandingkan dengan tingkat global (Pratiwi, 2016), dan pada tahun 2013 bahkan hingga mencapai 47% atau setara dengan 217 juta dalam mencapai target program prioritas Kementerian Pariwisata, wisatawan mancanegara diharapkan dapat melakukan 320 juta perjalanan internasional setiap tahunnya (Subarkah, 2018), sehingga Kementerian Pariwisata memprediksikan pada tahun 2020 bisa mencapai 25% atau setara 5 juta dari 20 juta wisman adalah wisatawan muslim, hal ini mengacu pada target capaian 20 juta kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) yang telah diraih di tahun 2019. Serta sebelumnya terlihat di tahun 2018 pertumbuhan pasar pariwisata halal Indonesia mencapai 18% atau 2,8 juta wisatawan muslim dengan devisa mencapai lebih dari Rp 40 triliun, di mana jumlah tersebut terdiri dari wisatawan muslim (wislim) mancanegara yang berkunjung ke destinasi wisata halal prioritas Indonesia. Ditambahkan dengan data GMTI 2019 jumlah wisatawan muslim (wislim) diproyeksikan akan menembus angka 230 juta di seluruh dunia hingga tahun 2030. ([www.kemenparekraf.go.id](http://www.kemenparekraf.go.id), 2019).

### 4. Ancaman (*threats*)

Berbagai ancaman yang perlu diwaspadai dan kemungkinan bisa muncul terkait perkembangan Sektor Pariwisata syariah di Indonesia adalah respon dan kewaspadaan negara lain seperti Negara Malaysia,

Arab Saudi, Turki, Uni Emirat Arab, Qatar, Maroko, Bahrain, Oman, dan Brunei Darussalam. Dimana Negara tersebut juga focus ikut mengembangkan baik fasilitas dan kenyamanan terkait pariwisata halal. Selain itu, faktor dari luar adalah budaya negatif yang dibawa oleh wisatawan yang memungkinkan dapat berdampak terhadap berubahnya budaya bangsa Indonesia khususnya di wilayah destinasi. Dan yang perlu diwaspadai Negara Indonesia adalah bencana alam dimana Indonesia secara geografis terletak di ujung pergerakan tiga lempeng dunia yaitu: lempeng Eurasia, Indo-Australia dan Pasifik, menjadi salah satu bentuk ancaman di luar hal-hal yang telah disebutkan sebelumnya (Faza, 2019).

<p>SWOT Matriks</p>	<p>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penduduk mayoritas beragama Islam (muslim),</li> <li>2. Indonesia menjadi tujuan wisatawan muslim dari segala penjuru dunia,</li> <li>3. Keadaan geostrategis Indonesia</li> </ol>	<p>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi dan pengetahuan masyarakat Indonesia tentang wisata syariah (<i>halal tourism</i>),</li> <li>2. Minimnya riset dari para ilmuwan secara komprehensif,</li> <li>3. Peraturan pemerintah Indonesia</li> </ol>
<p>Peluang (<i>opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sejak tahun 2011 wisatawan muslim jumlahnya selalu meningkat,</li> <li>2. Tahun 2018 pertumbuhan pasar pariwisata halal Indonesia mencapai 18%,</li> <li>3. Data GMTI 2019 jumlah wisatawan muslim (wislim) diproyeksikan akan menembus angka 230 juta</li> </ol>	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan pengunjung wisatawan muslim,</li> <li>2. Meningkatkan <i>market share</i> di internet <i>via</i> media</li> </ol>	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperbaiki fasilitas umum di tempat destinasi,</li> <li>2. Meningkatkan kerjasama dengan <i>stake holder</i>,</li> <li>3. Membuat kebijakan yang sesuai aturan syariah.</li> </ol>



Ancaman ( <i>threats</i> )	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Respon dan kewaspadaan Negara,</li> <li>2. Budaya negatif yang dibawa oleh wisatawan,</li> <li>3. Indonesia rawan akan bencana alam</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan promosi dan iklan diberbagai media <i>online</i>,</li> <li>2. Memperbaiki image,</li> <li>3. Memperbaiki <i>safety</i> dan mitigasi bencana</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penambahan fasilitas umum berbasis syariah,</li> <li>2. Meningkatkan kerjasama dengan <i>stake holder</i></li> </ol>

Berdasarkan hasil penelitian, pariwisata syari'ah (*halal tourism*) di Indonesia memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan sebagai bagian dari industri pariwisata nasional dalam menghadapi berbagai tantangan di era industri 4.0

## SIMPULAN

Pariwisata syari'ah (*halal tourism*) di Indonesia merupakan salah satu program prioritas dari Kementerian Pariwisata. Pariwisata halal di Indonesia memiliki prospek ekonomi yang baik sebagai bagian dari industri pariwisata nasional dalam menghadapi berbagai tantangan di era industri 4.0. Industri wisata ini bertujuan bukan hanya memberikan aspek material, spiritual dan psikologis bagi wisatawan itu sendiri, melainkan juga memiliki kontribusi dalam peningkatan pendapatan pemerintah.

Konsep wisata syariah menekankan prinsip-prinsip syari'ah dalam pengelolaan pariwisata, pelayanan yang santun dan ramah bagi seluruh wisatawan dan lingkungan sekitarnya. Dalam prakteknya wisata syariah memilih destinasi wisata yang menjunjung tinggi kaidah syariah Islam dan ini menjadi pertimbangan utama. Setiap destinasi wisata syariah di seluruh Indonesia yang akan menjadi tujuan harus sesuai dengan kaidah-kaidah keislaman. Karena itu, untuk mewujudkan Indonesia sebagai kiblat wisata halal dunia, maka kerjasama antara ilmuwan sebagai pemeta masalah dan membuat strategi pengembangan yang konkret dengan pemerintah dalam mengembangkan dan mempromosikan destinasi wisata halal di Indonesia. Antara lain melakukan pembenahan infrastruktur, promosi, penyiapan sumber daya manusia, khususnya peningkatan kapasitas pelaku usaha pariwisata dan menjadikan pariwisata syari'ah (*halal tourism*) sebagai salah satu program prioritas Kementerian Pariwisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus, A., & Ridwan, M. (2019). Pemetaan Objek Wisata Alam Kabupaten Kepulauan Selayar Berbasis Sistem Informasi Geografis Arcgis 10.5. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 1(1), 45–50.
- Akib, E. (2020). Pariwisata Dalam Tinjauan Pendidikan: Studi Menuju Era Revolusi Industri. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 2(1), 1–7.
- Andriani, D. (2015). Laporan Awal Kajian Pengembangan Wisata Syari'ah. *Jakarta: Kementerian Pariwisata RI*.
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154.
- Faza, M. A. (2019). Analisis SWOT Pariwisata Halal Provinsi Nusa Tenggara Barat. 19, 20.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Alfabeta.
- Jaelani, A. (2017). Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2899864>.
- Kane, M. J., & Tucker, H. (2004). Adventure tourism: The freedom to play with reality. *Tourist Studies*, 4(3), 217–234.
- Meyers, K. (2017). Pengertian Pariwisata. *Diakses Juni*.
- Noviantoro, K. M. (2020). Peranan Metode Tugas Terstruktur Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Geografi. *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)*, 6(2), 89–96.
- Permadi, L. A., Darwini, S., Retnowati, W., Negara, I. K., & Septiani, E. (2018). Persepsi dan Sikap Masyarakat Terhadap Rencana Dikembangkannya Wisata Syariah (Halal Tourism) Di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2(1), 39–57. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v2i1.3275>.
- Pratiwi, A. E. (2016). Analisis Pasar Wisata Syariah di Kota Yogyakarta. 14, 20.
- Priyadi, U. (2016). *Pariwisata Syariah Prospek dan perkembangan*. UPP STIM YKPN.



- Rimet, R. (2019). Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Sumatera Barat: Analisis Swot (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 2(1), 50–61. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2019.vol2\(1\).3702](https://doi.org/10.25299/syarikat.2019.vol2(1).3702).
- Rusby, Z., Bakhri, B. S., & Yusuf, M. (2018). Analisis Pengetahuan Masyarakat Kota Pekanbaru tentang Wisata Syariah. *Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan*, 15(2), 84–103. [https://doi.org/10.25299/al-hikmah:jaip.2018.vol15\(2\).2380](https://doi.org/10.25299/al-hikmah:jaip.2018.vol15(2).2380).
- Sofyan, R. (2012). *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah (I)*. Republika.
- Subarkah, A. R. (2018). Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat). *Sospol: Jurnal Sosial Politik*, 4(2), 49–72.
- Sucipto, H., & Andayani, F. (2014). *Wisata Syariah: Karakter, potensi, prospek, dan tantangannya*. Grafindo Books Media & Wisata Syariah Consulting.
- Suherlan, A. (2015). *Persepsi Masyarakat Jakarta Terhadap Islamic Tourism*. 1(1), 12.
- Sulmaihati, F. (2019, November 16). *BI: Jumlah Wisatawan Muslim di Dunia Capai 158 Juta Orang Tahun Depan - Katadata.co.id*. <https://katadata.co.id/berita/2019/11/16/bi-jumlah-wisatawan-muslim-di-dunia-capai-158-juta-orang-tahun-depan> [www.kemendparekraf.go.id](http://www.kemendparekraf.go.id). (2019b). *Narasi Tunggal: 5 Tahun Kembangkan Pariwisata Halal, Indonesia Akhirnya Raih Peringkat Pertama Wisata Halal Dunia 2019*. <https://www.kemendparekraf.go.id/post/narasi-tunggal-5-tahun-kembangkan-pariwisata-halal-indonesia-akhirnya-raih-peringkat-pertama-wisata-halal-dunia-2019>.
- Yoety, O. A. (2008). *Ekonomi pariwisata: Introduksi, informasi, dan aplikasi*. Penerbit Buku Kompas.

